

ГРИЗЛЮК Л. В.

Сургутский государственный педагогический университет

АУДИТОРИЯ ДЕТСКО-ЮНОШЕСКИХ СМИ: В ПОИСКЕ «СВОЕГО» КОНТЕНТА

В данной статье рассматриваются подходы к изучению аудиторного интереса детско-юношеских СМИ, анализируются причины изменений предпочтений в выборе контента. Определяются векторы изменений в деятельности редакций детско-юношеских периодических изданий, представляются результаты исследования региональной аудитории.

Ключевые слова: аудитория, детско-юношеские СМИ, контент СМИ, региональная пресса, периодические издания для детей и юношества.

Grizlyuk L. V.

Audience of children's and youth media: in search of «their» content

In the following article, approaches to the study of the audience's interest referring to children's and young people's media are examined, and the reasons for changing preferences in the choice of content are analyzed. The vectors of changes in the activities of the editorial offices of children's and youth's periodicals are determined, and the results of the study of the regional audience are presented.

Keywords: Audience, children's and youth media, media content, regional press, periodicals for children and youth.

В Совете Федерации 24 января 2018 года прошло заседание научно-экспертного совета при временной комиссии по совершенствованию Семейного кодекса, посвященное обсуждению случаев нападения в российских школах. Эксперты обсудили сложившуюся ситуацию. «Наши средства массовой информации сводят детей с ума вот уже тридцать лет, — заявила на заседании клинический психолог, директор Института демографической безопасности, писатель Ирина Медведева. — [...] Мы сейчас слышим предложения от власть предержащих о том, что в школах надо усилить охрану, превратить школу чуть ли не в колонию, но бороться надо с причинами, а не со следствиями. Надо защитить детей от вредоносной информации и ввести возрастной ценз на пользование интернетом. [...] Почему [...] мы должны учить детей и педагогов жить в присутствии зла. Это очень свежая форма зла — интернет и все безобразия, что в нем творятся. Надо, прежде всего, с этим злом бороться, а не учить жить в его присутствии, в том числе и родителей» [1]. Абсолютно серьезно уважаемые взрослые люди видят в СМИ и интернете основную угрозу психическому и физическому здоровью детей. Современные технологии, информация, свобода слова представляются Гамельнским крысоловом, готовым с помощью колдовства увести детей по дороге в мрачную неизвестность. Демонизация, очевидно, связана с полным непониманием старшим поколением того образа жизни, который ведут «миллениалы» и тем более «поколение Z», а также с невозможностью предложить СМИ конструктивный диалог: ведь журналисты,

создающие контент для детско-юношеской аудитории, являются «перебежчиками»: готовы идти на поводу желаний подростков и детей, говорить с ними на одном языке и предлагать современное прочтение повестки дня с помощью новейших технологий. Поэтому проще запретить «вредоносную информацию», чем попытаться разобраться в отношениях новых поколений с информацией, СМИ и СМК. Показательное отношение, напоминающее позицию Фамусова из комедии «Горе от ума» А. С. Грибоедова: «Уж коли зло пресечь, / Забрать все книги бы да сжечь». Интересно, что такое мнение высказывается на фоне отсутствия обширных «официальных» исследований общественного мнения по теме: последние исследования ВЦИОМ, ФОМ, например, касаются отношения взрослой части населения России к свободному доступу несовершеннолетних к Сети, обособлению русскоговорящего сегмента интернет-пространства, проблемам информационной безопасности. Такая запретительная позиция, на наш взгляд, никоим образом не может быть положена в основу понимания запросов и потребностей несовершеннолетней аудитории. На помощь журналисту, пытающемуся осмыслить предпочтения юной аудитории, применить в своей работе общероссийские тенденции выбора ею контента, приходят локальные исследования психологов и маркетологов, которые пытаются что-то понять: первые — чтобы повысить уровень мотивации обучающимися к освоению школьной программы и корректировать поведение субъектов и объектов образования, вторые — чтобы найти способы повышения продаж товаров и услуг подросткам либо/или/и родителям.

Например, данные, которые получила «Лаборатория Касперского» в результате исследования «Растим детей в эпоху интернета» [3] говорят о том, что российские дети проводят в интернете значительно больше времени, чем представители молодого поколения во многих странах Европы и США. Почти постоянно в Сети находятся более половины всех опрошенных несовершеннолетних пользователей в России (56%). Показатели по США и Европе ниже — 51 % и 40 % соответственно.

Пользователи младшей возрастной группы (8–10 лет) не так сильно привязаны к интернету, они чаще смотрят телевизор: почти постоянно присутствуют в Сети менее половины российских малышей (40%). Чем старше дети, тем больше времени они проводят в интернете. Так, 68 % российских подростков (14–16 лет) почти постоянно находятся онлайн. Дети используют интернет для общения с друзьями и семьей, развлечений и получения информации. Сравнение результатов трех исследований Фонда Развития интернета показывает, что уровень ежедневного использования интернета детьми практически уже достиг своего максимума: в 2010 году каждый день выходили в сеть 82 % подростков, а в 2016-м — уже 92%. В 2017 году, по данным исследования Google и Ipsos, 98 % подростков старше 13 лет пользовалось интернетом каждый день [2].

Около 80 % детей проводят в Сети в среднем три часа в день, а каждый седьмой — 8 часов и более. По данным ВЦИОМ, количество взрослых по показателю ежедневного использования интернета в 2016 году составляет всего 53%. Эта разница — лишь один из показателей существенного разрыва между

поколениями. Аналитики дают советы, как работать с несовершеннолетними пользователями: будьте мобильными и обращайтесь к своей аудитории там, где она проводит больше всего времени, — в социальных сетях и на YouTube; разговаривайте с пользователями открыто и на одном языке: представители поколения от 13 до 24 лет привыкли общаться в комментариях и выражать свои эмоции не словами, а символами или картинками; создавайте вовлекающий контент: молодое поколение предпочитает активные действия, они готовы делиться и комментировать видео и посты, отвечающие их интересам; привлекайте к кампаниям видеоблогеров, мнению которых доверяют пользователи [2].

В сентябре-октябре 2017 года нами было проведено исследование предпочтений путем анкетирования 120 подростков с 13 до 18 лет в пяти школах Сургутского района. Результаты в основном не расходятся с общероссийской статистикой: интернет и социальные сети являются основным источником ежедневного получения новостей СМИ и текстов СМК через мобильные приложения — 96 % опрошенных; смотрят эпизодически телевизор — 67 % подростков, слушают радио 56 %, читают бумажную периодику (в основном журналы) 15 %. Черно-белые СМИ не нравятся 81 % опрошенных. Любимые рубрики СМИ (по убыванию): новости по интересам, музыка, тренды, юмор, комиксы, мода, мастер-классы (лайфхаки). Школьные новости Сургутского района лидируют по популярности среди контента в СМИ и соцсетях: 27 % опрошенных готовы читать их регулярно, 21 % интересуются социально значимой тематикой, культурными событиями района — 7 %. Готовы создавать тексты для СМИ и соцсетей в разных знаковых системах 8 % подростков. Предпочтут тексту видео, аудио, иллюстрацию, инфографику, подборку фотографий 72 %. Подытоживая сказанное, мы можем отметить снижение внимания к текстовым массивам СМИ и повышение роли визуализации и интерактива для целевой аудитории детско-юношеских изданий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Детский психолог: СМИ криминализуют психику подростков [Электронный ресурс] // Интернет-телевидение «Красное ТВ». Режим доступа: <https://www.youtube.com/watch?v=HEBdqkDExLo> (дата обращения 14.02.2018).
2. Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/user-insights/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privychek-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/> (дата обращения 14.02.2018).
3. Растим детей в эпоху интернета [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://www.kaspersky.ru/about/press-releases/2016_news-12-05-16 [дата обращения 14.02.2018].